

D7793 E 11 2022

Eine Marke der
dfv Mediengruppe

foodservice

MÄRKTE MENSCHEN MARKEN | FACHMAGAZIN FÜR PROFESSIONELLE GASTRONOMIE



JAHRE

**Ihr Branchenmagazin feiert Jubiläum:
Zahlen, Daten, Fakten aus den vergangenen Jahrzehnten**

Wer prägte die Foodservice-Family in den vergangenen vier Jahrzehnten? Und wer wird auch weiterhin prägend für die Branche sein? Die 40 Top-Branchengrößen im Porträt.

40 Köpfe



Die Beherzte



© Jirnebalby/foodservice solutions

ihre Haltung schon als junge Frau: „Warum denn nicht?“ Sobald ihr eine Chance über den Weg lief, ließ sie sich beherzt drauf ein, neugierig von Natur aus. Fast immer. Nur das eine Mal, erinnert sich Annette Mützel, das ihre berufliche Perspektive bestimmen sollte, schreckt sie einen Moment lang zurück. Die Geschichte geht so: Damals Mitte 20, jobbt sie während der Semesterferien im Restaurant Journal am Kudamm in Berlin. Kommt ins Gespräch mit einem Gast, der sich als Top-Manager von Burger King entpuppt: Die Fast-Food-Marke aus den USA war im Begriff, in Deutschland anzulanden. Der Unbekannte war von der zierlichen, aufgeweckten Person derart angetan, dass er ihr einen folgenschweren Vorschlag unterbreitete. Ein Fast-Track-Kurs in Spanien, wo BK schon aktiv war. Verlockende Perspektive! Zumal die Noch-Studentin seit je ein Faible für andere Länder und Kulturen hatte. In Madrid angekommen, war die Auserkorene schockiert. Allein der Fritteusen-Geruch ...

Spontaner Impuls: Nicht meine Welt! Schließlich war Annette Mützel vor ihrem Pädagogik-Studium in die Schule von Hertha Reiss gegangen, Grande Dame der deutschen Messergastronomie, wo es wesentlich nobler zugeht. Sie blieb dann doch. „Die beste Entscheidung meines Lebens!“ Binnen Kurzem wuchs die Faszination für das damals hierzulande noch fremdartige Systemdenken, das sie seither nicht mehr losließ.

Initialzündung für eine seinerzeit (und nach wie vor!) für eine Frau höchst ungewöhnliche Laufbahn in der Systemgastronomie. Als Restaurantmanagerin mit der Verantwortung für den Premiere-Standort von Burger King in Berlin betraut, hatte sie es mit 80 Mitarbeitern zu tun, darunter viele Immigranten, in deren Herkunftsländern Frauen nicht viel zu melden hatten. Sie verschaffte sich rasch Respekt, mehr noch, ihre Belegschaft wäre für sie durchs Feuer gegangen. Ihre Strategie: klare Anweisungen. Und, entscheidend: das Warum stets mitgeliefert. So geht Motivation, so wird Vertrauen aufgebaut. Und: Begeisterung, die ansteckt. Der weltweit herausragende Erfolg des XXL-Stores sprach für sich.

Am Ende war sie als Franchise-Managerin für Burger King europaweit im Einsatz, bis sich die nächste

STEP BY STEP: ANNETTE MÜTZEL

*Geboren im Spessart, aufgewachsen in Korbach als jüngste von drei Töchtern
1969-71 Ausbildung zur Hotelfachfrau bei Hertha Reiss in Kassel
1972-75 Studium (Pädagogik, Gesellschaftswissenschaften)
1976-84 Burger King: Store-Managerin in Berlin, zuletzt Franchise-Managerin für Europa
1984-88 Zwischenspiel: Wienerwald, Kaufhof
1988-98 Ikea Deutschland: Foodservice-Chefin, danach Customer-Relations-Managerin
1995 Auszeichnung mit dem Hamburger Foodservice Preis
1998 Wechsel als COO zu Nordsee
2003 Gründung von foodservice solutions – Konzeptagentur und Beratungsfirma für Branchen-Akteure
2010 Mitgründerin des Frauennetzwerks Foodservice, Vorstandsvorsitzende bis 2019
2012ff Dozentin an der DHBW
2014 Erstes Frauenforum Foodservice*

Chance bot: Wienerwald! Auffrischung war überfällig, Gründer Friedrich Jahn indes ein Chef vom alten Schlag ... Sodass es keiner Überlegung bedurfte, als sich gegen Ende der 80er Ikea bei ihr meldete. Vom Möbelhaus aus Schweden zwar längst fasziniert, war ihr die Ikea-Gastronomie kein Begriff. Kein Wunder! Unstrukturiert, ohne Profil, sich selbst überlassen. Ihr Auftrag: die Gastronomie auf Linie und mit der Marke in Einklang zu bringen. Zum konsistenten Marketing-Baustein aufzurüsten. Und so geschah es. „Bei Ikea habe ich vollends verstanden, was Markenführung bedeutet!“ Unter ihrer Regie wurden Innovationen implementiert wie das DIY Hotdog oder Refill-Stationen. Der Schweden-Shop, das Bistro. Auch in der Gastronomie hielt der Store Day Einzug: Manager an die Frontline, wenigstens einmal im Jahr! „Set an example“, so formulierte es Ikea-Gründer Ingvar Kamprad. Erst recht mit seiner Losung „The best get better!“ sprach er Annette Mützel aus dem Herzen.

Ihr zielstrebigere Einsatz hat die hauseigene Gastronomie auf gänzlich neue Füße gestellt. Ein nordisch geprägtes, schlankes, preisgünstiges Angebot, systematisierte Prozesse. Was der vormals vernachlässigten Foodservice-Sparte zu ungeahnten Erfolgen verhalf. Binnen nicht mal zehn Jahren wuchsen die Umsätze auf nahezu gleicher Fläche um fast das Dreifache, auch unterm Strich stimmte die Bilanz. Sodass die von ihr geführte Ikea-Gastronomie für diese Leistung im Jahr 1995 mit dem Hamburger Foodservice Preis ausgezeichnet wurde. Benchmarking par excellence!

Das Haus bestellt, wartet schon die nächste Herausforderung: Nordsee. Wieder galt es, eine angestaubte Marke auf Vordermann zu bringen. Wieder gibt Annette Mützel Gas, ausgebremt nach drei höchst positiven Jahren durch einen Wechsel im Vorstandsvorsitz. Ihr Beschluss: Wechsel in die Selbstständigkeit! foodservice solutions – nicht von ungefähr gewählter Name. „Ich bin und war schon immer ausgesprochen lösungsorientiert!“

Gemeinsam mit Partner James Bola (auch privat ihr Gefährte seit vielen Jahren) betreut sie seither unter anderem weiterhin Ikea, auch Modehäuser oder Bäckereien, und kümmert sich bevorzugt um Markenaufbau und Markenpflege. Übernimmt eine Dozentur an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg. Am Herzen liegt ihr zudem das 2010 mit ihrer Mitwirkung initiierte Projekt Frauennetzwerk Foodservice, als dessen Vorstandsvorsitzende sie jahrelang fungiert und alsbald das Frauenforum Foodservice als Lernplattform ins Leben gerufen hat. Sinn der Sache? Frauen mittels Mentoring, Erfahrungsaustausch und Networking in ihrer Karriereplanung zu unterstützen. „Weibliche Führungskräfte sind in unserer Branche immer noch dünn gesät. Nicht dass sie das Zeug dafür nicht hätten!“, weiß Annette Mützel. Dass Frauen sich dabei mitunter selbst im Weg stehen, dagegen hilft nur eins: Empowerment!

Marianne Wachholz